

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas Octavini, N., Suryanisari, P., Rohmatulloh, P., Wiyanti, S., Horas Sarjana, S., Agi Sawitri, R., Abadi Mendrofa, S., Fadli, K., Fara Waidah, D., Tri Oktavia, N., Supriyadi, E., & Jaya Sutisna, A. (2023). *PEMASARAN Konsep dan Praktik* (Tim Penerbit, Ed.; Vol. 1). CV. Edupedia Publisher.
- Aswirawan, M. Y. M. S. K., Wistiasari Devina, Adi, R., Bahri, M. I., Jufri, M., & Dwipananda, R. F. (2025). *Analisis Perbandingan Frekuensi Belanja Online dan Offline Pada Generasi Z di Batam Menggunakan Uji Paired Sample T-Test*.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKKEBI SNACKS MALANG. *Jurnal Ilmu Sosial, 1*.
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap Soehaditama, J. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin, 3*.
<https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Chandra, D. S. (2023). Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen Pengaruh Kualitas produk, Inovasi dan Interaksi Pelanggan Terhadap Brand Image. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 2*(2).
<https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jam>

Desi Susilawati, M., Rosa, S., Prasanti Adriani, Mh., Leila Mona Ganiem, Mk., Sarah Fazilla, Ms., Muhammad Habibullah Aminy, Mp., Nurainiah, M., Pd, S. I., Syafruddin, M., Agus Setyowidodo, Mmp., Deci Ririen, Ss., Fransisca Diwati, Mp., Eva Julyanti, M., & Endah Marendah Ratnaningtyas, Mp. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN* (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI (026/DIA/2012). <http://penerbitzaini.com>

Fonrough, G., & Baker, R. (2026). *Why New Balance's 'dad shoes' are beating Nike as sales surge 19%*. <https://www.cnbc.com/2026/02/19/new-balance-2025-sales-jump-19percent-as-brand-takes-share-from-nike.html?msockid=1440d58360d96a84219cc31661476bab>

Forbes. (2025). *New Balance's Marketing Masterclass: How Killing The "Dad Shoe" Image Won Them The Gen Z Market* [Broadcast]. <https://youtu.be/UcLZNDRCxiI?si=OSEfb5zzccXcTHxc>

Garvin, D. A. (1987). *Competing on the Eight Dimensions of Quality Harvard Business Review*.

Grovey, G., & Garza, D. (n.d.). *Exploring the Sneakerhead Culture, Expression, Buying Behavior, and a Billion-Dollar Industry: A Theoretical Literature Review*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7756484>

Hamzah, F., & Ariesta, F. (2022). PENGARUH KUALITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KUSWINI

CATERING BANDUNG. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 2685–6972.
<https://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>

Haq, V. A. (2022). MENGUJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS PADA MATA PELAJARAN AL QUR'AN HADITS MENGGUNAKAN KORELASI PRODUK MOMENSPEARMAN BROWN. *An-Nawa : Jurnal Studi Islam*, 4(1). <https://doi.org/10.37758/annawa.v4i1.419>

Hidayat, M. (2021). ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN DAN NILAI PERUSAHAAN SEBELUM DAN DISAAT PANDEMI COVID 19. *Jurnal Akutansi Measurement*.

Hotijah, & Aldila Septiana. (2024). *Analisis Perbandingan Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Berbelanja Di Toko Madura dan Minimarket Di Kabupaten Bangkalan*. 12.

Jakpat. (2024). *The Present and the Future Fashion Buying*.
<https://insight.jakpat.net/fashion-trends-2023/>

Khuan, H., Rahmiyati, N., Mendrofa, K. J., Desak, N., Santi Diwyarthi, M., Gede, N., & Wiartha, M. (2024). Analysis of Consumer Perceptions of Product Quality, Sales Promotion, and Ease of Purchase in Increasing Purchasing Decisions at Start-up Companies in Indonesia. *West Science Interdisciplinary Studies*, 02(01), 264–271.

Komparatif Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan JNE dan, A. J., Dalam Perspektif Islam, T., Matondang, Z., Fadlilah Nasution, H., Maisyaroh Hasibuan, A., Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Jl Rizal Nurdin Km, U. T., & Padangsidimpuan, K. (2024). *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*. 6(2).

Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2002). *Principles of Marketing* (10th ed.).

Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2012). *Marketing management*. Prentice Hall.

Mansur, M., Adawiah, A., Asmini, A., Nur Alam, A. R., & Baharu, B. (2024).

Pengaruh Insentif Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sengkang Kabupaten Wajo. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 7(1), 105–113.
<https://doi.org/10.57093/metansi.v7i1.254>

Mantiri, J. N., & Tullung, J. E. (2022). ANALISIS KOMPARASI KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE DI BURSA EFEK INDONESIA SEBELUM DAN SAAT PANDEMI COVID-19
COMPARATIVE ANALYSIS OF FINANCIAL PERFORMANCE OF FOOD AND BEVERAGE COMPANIES ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE BEFORE AND DURING THE COVID-19 PANDEMIC. 907
Jurnal EMBA, 10(1), 907–916.

Marwinda, T. D. N., & Danardono, D. (2025). UJI NORMALITAS SEBAGAI SYARAT PENGUJIAN HIPOTESIS TEST NORMALITY AS A CONDITION OF HYPOTHESIS TESTING. *JURNAL PEMBELAJARAN DAN MATEMATIKA SIGMA (JPMS)*, 11(2), 1–14.
<https://doi.org/10.36987/jpms.v10i2.5881>

- McKinsey, & Company. (2025, November 17). *The State of Fashion 2026: When the rules change*. McKinsey & Company.
- Nafisa Aninda, & Yan Yan Sunarya. (2023). SIKLUS TREN FASHION DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS TREN BERKAIN DI INSTAGRAM REMAJA NUSANTARA). *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 6(1), 1–20. <https://doi.org/10.25105/jsrr.v6i1.16961>
- Prayoga, Y., & Pohan, M. Y. A. (2022). Electronic Word of Mouth (eWOM): Menguji Pengaruh Pengalaman Positif, Persepsi Kualitas dan Kepercayaan. Studi Kasus: Restoran di Labuhanbatu. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(1), 283. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i1.393>
- Shoe Police. (2024). *5 Penyakit Umum di New Balance* [Broadcast]. https://youtu.be/zBZ5Y1_GX_E?si=tJ6QFyD_XF0rrF
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA, CV.
- Sultan, P. :, Zulkarnaen, K., & Prabandari, P. (n.d.). *UJI BEDA KUALITAS LAYANAN PADA COFFESHOP ASING DAN COFFESHOP LOKAL (STUDI PADA KONSUMEN STARBUCKS DAN RETRORIKA)*.
- Valarie A. Zeithaml. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Sythesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52.
- Yosefa, M., & Wele, E. (2022). Titik Mildawati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.

Zakki, M., Eko, A., & Marsokan, P. (2023). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Sekolah Tinggi Agama Islam Al Falah (STAIFA) Pamekasan Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran (Marketing Mix). *COMPETITIVE: Journal of Education*, 2(3), 137–147. <https://doi.org/10.58355/competitive.v2i3.31>

Zeithaml, V. 1988. (1988). Customer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means – End Model And Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2–22.